

(11) JP 3035622 U
(24) January 8, 1997

(54) [Title of Device] Customer Management System for Financial Products with DM/TM Combination Method

(57) [Abstract]

[Problem] To provide a system for performing customer management including due date management and contract renewal with a combination of DM and TM techniques.

[Solving Means] Advertisement letters with contact telephone numbers written thereon are posted to customers selected from a customer database being stored in a host computer. The selected customer data is stored in a workstation, so as to make the customer data accessible from a plurality of personal computers being connected to the workstation. Leased telephone circuits are prepared to connect operators using the personal computers to the customers. The operators receive calls from the customers, sometimes call them, and when concluding new contracts, update the relevant customer data with the personal computers. The details of the new contracts are printed from the workstation, the customer database in the host computer is updated based on the printed data, and thank-you letters are sent to the customers for confirmation.

THIS PAGE BLANK (USPTO)

(11) 实用新案登録番号

(24)登録日 平成9年(1997)1月8日

技術表示箇所

$$\mathbf{z}$$

15/30

Z

(73) 實用新案權者 594169721

茨城県水戸市南町二丁目5番5号

茨城県水戸市見川3-895-4

(74)代理人 弁理士 山名 正彦

Figure 1 is a block diagram of a system for providing a specific service to a customer. The central component is the 'テレマーケティングセンター' (Telemarketing Center), which contains a 'ワークステーション' (Workstation) and several 'P/C パソコン' (P/C PC) units. The Workstation is connected to a 'ホスト' (Host) and a 'データ伝送' (Data Transmission) unit. The system also includes a 'プリンター (940, 123)' and a '電報状況の記録' (Recording of Telegraph Status). External connections include '室内伏' (Indoor Line), '電話受付' (Telephone Reception), and '札状郵便' (Mailbox). The diagram is labeled with various numbers (1-11) and text indicating data flow and system components.

【実用新案登録請求の範囲】

【請求項1】 事務センターの勘定処理用ホストコンピュータに保存された顧客データの中から選定した顧客宛に固有の金融商品等に関する案内状を電話案内を付記して郵送する要素と、

テレマーケティングセンターのワークステーションに前記ホストコンピュータにおいて選定した顧客データが入力され、同ワークステーションと接続された複数のパーソナルコンピュータで前記顧客データにアクセス可能とした要素と、

テレマーケティングセンターのパーソナルコンピュータを操作するオペレータと顧客とを結ぶ専用の電話回線等と、

前記案内状を受け取った顧客からの電話はテレマーケティングセンターのオペレータに受付を行わせ、又は抽出した顧客データに基づき前記案内状を送った顧客へオペレータが適時に架電し、金融商品等に関し同電話を通じて顧客との間で新たに成立した契約内容は直ちにパーソナルコンピュータの画面上でデータ処理を行う要素と、前記新契約の内容を前記ワークステーションから出力させ、該データ出力を事務センターへ回送して前記ホストコンピュータの当該顧客のデータベースへ更新入力させると共に当該顧客へ礼状郵送等によって確認させる要素と、から成ることをそれぞれ特徴とする、DM及びTM複合方式による金融商品等の顧客管理システム。

【請求項2】 事務センターの勘定処理用ホストコンピュータに保存された顧客データの中から選定した顧客宛に固有の金融商品等に関する案内状を電話案内を付記して郵送する要素と、

テレマーケティングセンターのワークステーションに前記ホストコンピュータにおいて選定した顧客データが入力され、同ワークステーションと接続された複数のパーソナルコンピュータの夫々に前記顧客データが相当量ずつ分配され、且つその顧客データを顧客の既往の架電履歴として登録された接続時間帯の先後の順序に並べ替えたものを前記パーソナルコンピュータを通じてアクセス可能とする要素と、

テレマーケティングセンターの前記パーソナルコンピュータを操作するオペレータと顧客とを結ぶ専用の電話回

線等と、

前記案内状を受け取った特定の顧客からの電話はテレマーケティングセンターのオペレータに受付を行わせ、又はオペレータがアクセスする順序に抽出され画面表示された顧客データの顧客へ接続時間帯に架電して、金融商品等に関し同電話を通じて顧客との間で新たに成立した契約内容は直ちにパーソナルコンピュータの画面上でデータ処理を行う要素と、

前記新契約の内容を前記ワークステーションから出力させ、該データ出力を事務センターへ回送して前記ホストコンピュータの当該顧客のデータベースへ更新入力させると共に当該顧客へ礼状郵送等によって確認させ、更に処理済みの顧客データに関してはパーソナルコンピュータでアクセスする対象顧客データから削除する要素と、から成ることをそれぞれ特徴とする、DM及びTM複合方式による金融商品等の顧客管理システム。

【請求項3】 オペレータによる顧客との架電状況は記録し、接続時間帯を登録するものとし、新たな架電データを記録する際には既往の接続履歴と照合して接続時間帯を転記し、接続時間帯を変更する場合には更新登録を行うことを特徴とする、請求項1又は2に記載したDM及びTM複合方式による金融商品等の顧客管理システム。

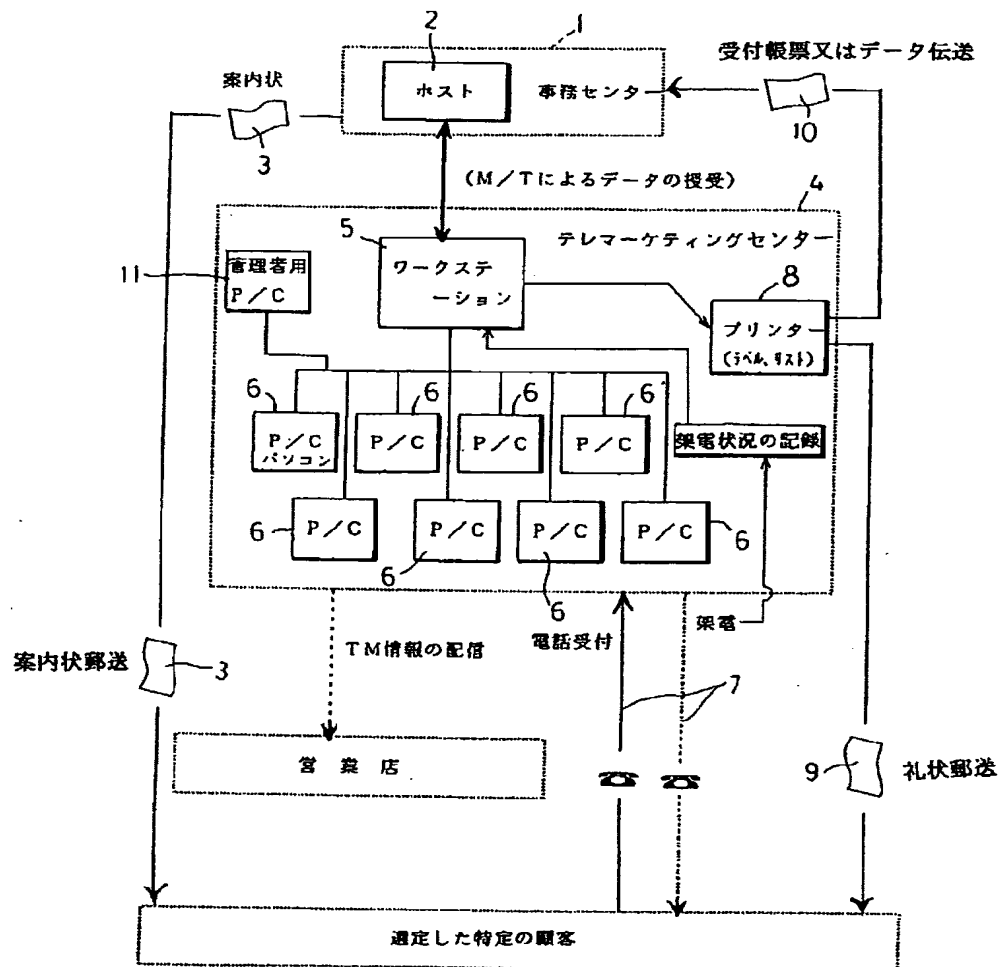
【図面の簡単な説明】

【図1】 本考案に係るDM及びTM複合方式による金融商品等の顧客管理システムを図式化したブロック線図である。

【符号の説明】

- 1 事務センター
- 2 ホストコンピュータ
- 3 案内状
- 4 テレマーケティングセンター
- 5 ワークステーション
- 6 パーソナルコンピュータ
- 7 電話回線
- 8 プリンター
- 9 礼状
- 10 受付帳票

【図1】



【考案の詳細な説明】**【0001】****【考案の属する技術分野】**

この考案は、主に銀行が取り扱う定期預金等の金融商品やサービスについて、既取引データのある顧客を対象に、ダイレクトメールマーケティング手法（DM）にテレマーケティング手法（TM）を複合して、必要とされる期日管理や継続書換え等の顧客管理を、効率的に信頼関係を損なうことなく行う顧客管理システムの技術分野に属する。

【0002】**【従来技術】**

従来、金融商品やサービスの販売、あるいは取引データ（顧客データベース）に基づく顧客管理の手法としては、ダイレクトメールマーケティング（DM）を利用して行う方法と、電話を用いた通信販売を総称するテレマーケティング（TM）による方法が多く実施されている。その他、前記ダイレクトメールマーケティングのヒット率を高める手法としてテレマーケティング手法を組み合わせることも実施されている。

【0003】

ダイレクトメールマーケティングによる方法は、顧客への情報通信がどうしても一方通行に成り勝ちで、情報の伝達結果を把握しがたいので、電話による確認が必要である。

一方、テレマーケティングによる方法は、前記ダイレクトメールマーケティングの弱点を補うことが可能である。即ち、顧客リストや顧客データベースに基づき電話を使用して各顧客に最も適するであろう金融商品やサービスをタイムリーに勧められ、その際、電話を通じて顧客の声（意見、要望）を直接（生で）聞くことができ、顧客ニーズを汲み取ることができるので、商品開発やサービスの改善等にも大いに役立つと共に、優良見込み客の発掘も可能となる。因みに、テレマーケティングシステムは、勘定系のホストコンピュータから独立した情報処理専用のシステムであり、資金移動等の仕組みは一切持たない。

【0004】

なお、最近普及しつつあるテレホンバンキングは、電話回線を利用するシステムであるが、基本的に資金移動のためのシステムで、顧客が電話で銀行取引（残高照会、資金移動等）をリアルタイムに完結する手法であり、勘定系のホストコンピュータとの接続が不可欠である。また、全顧客が機会均等に一方通行でアクセス可能に構成している。従って、本考案が対象とする顧客管理システムとは技術思想が基本的に異なるシステムである。

【0005】

【本考案が解決しようとする課題】

テレマーケティング手法の成否は、顔の見えない顧客との電話で、いかに良い信頼関係に基づく有効な会話が成立するかにかかっている。特に、ダイレクトメールマーケティング手法を併用する場合には、「DMによる商品案内」に基づく「顧客からの電話による申込み」と「銀行からの電話勧誘」とが同時進行するので、申込みを受けた顧客に対して再び電話勧誘を行ってしまう危険性が多分に発生する。申込みを受けた顧客に対して再び電話勧誘を行うことは失礼なばかりでなく、銀行の顧客情報管理体制に不信感を招く虞れがあるし、銀行側から見ても二重手間で効率面が悪いから絶対に避けなければならない。

【0006】

次に、「銀行からの電話勧誘」に関していえば、電話の接続率（架電率）をいかに向上させるかが重要なポイントである。従来、電話を掛ける架電時間の延長や土曜、日曜日の架電などが種々試みられているが、顧客の生活、行動にマッチした日時を自動的に選択してタイムリーに架電する仕組みを作ることが重要と考えられている。

【0007】

従って、本考案の目的は、「DMによる商品案内」と「顧客からの電話による申込み」及び「銀行からの電話勧誘」を合理的に組み合わせ、例えば定期預金の継続書き替え処理を顧客は来店不要で出来る、効率的な金融商品等の顧客管理システムを実現することであり、さらに言えば、テレマーケティングにおける架電率向上も図れるように改良した顧客管理システムを提供することである。

【0008】

【課題を解決するための手段】

上述の課題を解決するための手段として、請求項1に記載した考案に係るDM及びTM複合方式による金融商品等の顧客管理システムは、

事務センターの勘定処理用ホストコンピュータに保存された全顧客のデータベースの中から選定した顧客宛に固有の金融商品等に関する案内状を、電話案内を付記して郵送する要素と、

テレマーケティングセンターのワークステーションに前記ホストコンピュータにおいて選定した顧客データが入力され、同ワークステーションと接続された複数のパーソナルコンピュータで前記顧客データにアクセス可能とした要素と、

テレマーケティングセンターの前記パーソナルコンピュータを操作するオペレータと顧客とを結ぶ専用の電話回線等と、

前記案内状を受け取った顧客からの電話はテレマーケティングセンターのオペレータに受付を行わせ、又は抽出した顧客データに基づき前記案内状を送った顧客へオペレータが適時に架電して、金融商品等に関し同電話を通じて顧客との間で新たに成立した契約内容は直ちにパーソナルコンピュータの画面上でデータ処理を行う要素と、

前記新契約の内容を前記ワークステーションから出力させ、該データ出力を事務センターへ回送して前記ホストコンピュータの当該顧客のデータベースへ更新入力させると共に当該顧客へ礼状郵送等によって確認させる要素とから成ることをそれぞれ特徴とする。

【0009】

次に、請求項2に記載した考案に係るDM及びTM複合方式による金融商品等の顧客管理システムは、

事務センターの勘定処理用ホストコンピュータに保存された全顧客のデータベースの中から選定した顧客宛に固有の金融商品等に関する案内状を電話案内を付記して郵送する要素と、

テレマーケティングセンターのワークステーションに前記ホストコンピュータにおいて選定した顧客データが入力され、同ワークステーションと接続された複数のパーソナルコンピュータの夫々に前記顧客データが相当量ずつ分配され、且

つその顧客データは顧客の既往の架電履歴として登録された接続時間帯の先後の順序に並べ替えたものが前記パーソナルコンピュータを通じてアクセス可能とする要素と、

テレマーケティングセンターのパーソナルコンピュータを操作するオペレータと顧客とを結ぶ専用の電話回線等と、

前記案内状を受け取った顧客からの電話はテレマーケティングセンターのオペレータに受付を行わせ、又はオペレータがアクセスする順序に抽出され画面表示された顧客データの顧客へ接続時間帯に架電して、金融商品等に関し同電話を通じて顧客との間で新たに成立した契約内容は直ちにパーソナルコンピュータの画面上でデータ処理を行う要素と、

前記新契約の内容を前記ワークステーションから出力させ、該データ出力を事務センターへ回送して前記ホストコンピュータの当該顧客のデータベースへ更新入力させると共に当該顧客へ礼状郵送等によって確認させ、更に処理済みの顧客データに関してはパーソナルコンピュータでアクセスする対象顧客データから削除する要素とから成ることをそれぞれ特徴とする。

【0010】

請求項1又は2に記載した考案において、オペレータによる顧客との架電状況は記録し、接続時間帯を登録するものとし、新たな架電データを記録する際には既往の接続履歴と照合して接続時間帯を転記し、接続時間帯を変更する場合には更新登録を行うことを特徴とする。

【0011】

【考案の実施の形態及び実施例】

請求項1及び2に記載した考案に係るDM及びTM複合方式による金融商品等の顧客管理システムは、大要、図1に示したような構成で実施される。即ち、

銀行の事務センター1の勘定処理用ホストコンピュータ2に記録、保存されている、既に同銀行と取引のある全顧客の取引データ（顧客のデータベース）の中から管理上必要であるとして選定された特定の顧客宛に、その顧客に固有の金融商品等に関する管理事項の案内状3を、電話案内を付記して郵送する。前記案内状3は、例えば定期預金満期案内であれば、満期日の約2ヶ月前の段階で、満期

案内書3として作成する。そして、「電話による定期預金継続受付」の電話案内を付記して郵送する。電話案内は「御客様番号又はコール番号（テレマーケティングセンターのフリーダイヤル番号）」が当該顧客に固有のアクセス情報として付記される。要するに、前記案内状3は、同銀行の全顧客データの中から選定した顧客にのみ郵送され、その顧客のみが当該管理システムの限られた対象者となる。

【0012】

一方、銀行全体の顧客管理を統括する部署であるテレマーケティングセンター4に用意されたワークステーション5に、前記ホストコンピュータ2に保存されている全顧客データの中から前記のように選定され案内状3が郵送された顧客データのみが、例えば磁気テープ（M/T）等の手段でメモリーに入力される（データの授受）。そして、当該ワークステーション5と接続された複数のパーソナルコンピュータ6…に対して、前記の顧客データが相当量ずつ、例えば1000件の顧客データが入力された場合に、10台のパーソナルコンピュータ6…が接続されアクセス可能であれば、1台あたりに100件ずつの割合で分配される。従って、各パーソナルコンピュータ6を操作すると、分配された前記顧客データにアクセス可能となる。のみならず、前記のワークステーション5は、顧客データを各パーソナルコンピュータ6へ分配する際に、顧客の年齢、職業、既往の架電履歴などと共に登録されている顧客に固有の架電接続の時間帯の先後の順に顧客データを並べ替える。従って、オペレータが専用のパーソナルコンピュータ6を起動して前記の顧客データにアクセスすると、接続時間帯が先の顧客データの順に抽出して（呼び出して）画面表示される。例えば、順番が最先でも、午後の接続時間帯になっている顧客データは、午前中にアクセスしても抽出されない。よって、オペレータがアクセスして呼び出され画面表示された顧客データに関しては、その時点でまだ顧客の方から電話が無ければ、速やかにオペレータがその顧客に電話を掛ける（架電する）。何故なら、顧客データが画面に呼び出された段階で、システム上、その顧客に固有の接続時間帯に該当しているからであり、当然、架電率は高いはずである。要するに、この顧客管理システムは、自動的にオペレータを自由にコントロールし、データを配分するオペレータを指

定できることになる。なお、ワークステーション5には、オペレータを統括する管理者用パソコン11も接続されている。

【0013】

上述したテレマーケティングのために、テレマーケティングセンター4に、前記の各パーソナルコンピュータ6を操作するオペレータと顧客とを結ぶ専用の電話回線7が用意されている。もっとも、電話回線は、現今普及が著しい双方向のパソコン通信回線、インターネット回線に置き換えて実施することもできる。

いずれにしても、前記案内状3を受け取った顧客からの電話は、同案内状に付記された電話案内を基に、必ずテレマーケティングセンター4に掛かってくるから、オペレータに電話受付を行わせる。この電話受付の場合に、オペレータは、顧客の氏名、口座番号など本人を特定する固有情報を聞いて、その情報を基にパーソナルコンピュータ6を通じてワークステーションの顧客データにアクセスし、当該顧客のデータを抽出し、画面に呼び出す。顧客からの電話が無い場合には、オペレーターは、例えば定期預金満期継続の場合であれば、満期日の約1ヶ月前を目安に、専用のパーソナルコンピュータ6を通じてワークステーション5の顧客データに次々アクセスし、その結果抽出され呼び出された顧客データを確認して、その顧客（前記案内状3を送った特定の顧客）に架電する。その電話が接続されない場合には、その旨を記録して次の架電に備える。前記の電話受付又はオペレータからの架電において、その電話を通じて顧客との間で例えば継続預入依頼を行い、継続預入条件（期間、金額、利率等）を確認して合意が得られれば、新たに成立した契約内容を直ちにパーソナルコンピュータ6の画面上で更新のデータ処理を行う。もしも、合意に至らず取引不成立の場合は、会話内容を記録し、次の架電に備える。

【0014】

前記更新契約の処理結果（内容）はパーソナルコンピュータ6の操作で前記ワークステーション5から例えばプリンター8による受付帳票10又は継続預入データのプリントアウトとして出力させる。該データ出力（受付帳票10又はデータ伝送）は事務センター1へ回送し、前記ホストコンピュータ2の当該顧客のデータベースへ更新入力させる。また、前記プリンター8で前記契約内容をプリ

ントアウトした礼状9を作成し、これを当該顧客へ郵送して更新内容を確認させる。従って、顧客は、契約内容に異存がなければ、以上をもって継続預入申込みの手続は全て完了し、銀行へ出向くことは一切無用である。勿論、前記データ処理の結果は、担当の営業店へ情報として送付する。なお、以上の情報処理は、データ通信回線を使ったデータ伝送の形式で行うこともできる。

【0015】

一方、銀行側ではデータ処理の結果分析が、大要、二つある。その第1は、前記のようにして処理済みとなった顧客データに関しては、直ちに、パーソナルコンピューター6でアクセス対象の顧客データから削除する消し込み処理を行うことである。その結果、次回からはオペレータがパーソナルコンピューター6でワークステーション5へアクセスしても、前記削除した顧客データは決して呼び出されないから、申込みを受け付けた顧客に対して再び電話勧誘を行う不手際は起こり得ない。

【0016】

第2は、オペレータによる顧客との架電状況は必ず記録し、接続時間帯を登録することである。新たな架電データを記録する際には、既往の接続履歴と照合して接続時間帯を転記する。また、顧客の申し出により接続時間帯を変更する場合には更新登録を行う。前記の記録と接続時間帯の登録がワークステーション5に保存されている限り、次回の架電に必ず反映され、架電効率の向上を図ることができる。あるいは顧客との会話内容や架電接続状況を分析し次回のキャンペーンに利用することによって優良見込み客の発掘に役立てることもできる。

【0017】

以上の顧客管理の対象項目は主に定期預金について説明したが、このシステムの対象項目は、個人ローンなど他の金融商品や年金制度、メールオーダーの申込書や商品パンフレットの郵送等にも適用することが可能である。

【0018】

【本考案が奏する効果】

本考案に係るDM及びTM複合方式による金融商品等の顧客管理システムによれば、顧客の来店は一切不要で、定期預金等の継続書き替えその他のデータ処理

ができるから、多忙な顧客への積極的なサービス向上につながるほか、銀行側にとっても期日到来分の定期預金等に関する顧客管理を積極的にスケジュールアップして販売促進と事務処理の効率化を図れる。のみならず、顧客に対する架電率の向上と、処理済み顧客に対する不用意にして不躰な再度架電の失礼を回避でき、ひいては顧客との良好な信頼関係の構築に役立てることができる。

THIS PAGE BLANK (USPTO)